

**XV COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA – CIGU**

Desafios da Gestão Universitária no Século XXI

Mar del Plata – Argentina

2, 3 e 4 de dezembro de 2015

ISBN: 978-85-68618-01-1

O PAPEL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA COMO DISSEMINADORA DA CULTURA EMPRESARIAL: UM ESTUDO NA UPGRADE CONSULTORA JR.**SEBASTIÃO AILTON DA ROSA CERQUEIRA-ADÃO¹****MIKAELA DAIANE PRESTES FLORIANO²****CAROLINE CHAVES MOREIRA³****ANDRÉ LUIS BAUMHARDT ZULIANI⁴****Resumo**

O presente estudo teve como objetivo configurar o Movimento Empresa Júnior – MEJ oferecido pela Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA campus Santana do Livramento, como uma ferramenta vantajosa no processo de formação. Esta pesquisa caracterizou-se como um estudo de caso desenvolvido na UPGRADE Consultoria Júnior, com viés qualitativo, sendo que foram entrevistados alunos que participam ou participaram da gestão da UPGRADE. Ao final do estudo foi possível identificar que os projetos oferecidos pela universidade para serem desenvolvidos pela UPGRADE serviram como agentes de transformação para os alunos, propiciando conhecimento e visão voltada para a responsabilidade social. Por meio de atividades complementares de graduação ficou muito evidente que a UNIPAMPA, fortalece o desenvolvimento humano e empresarial de seus acadêmicos e que os projetos desenvolvidos pela UPGRADE vêm cumprindo seus objetivos e sendo um diferencial na ampla formação dos acadêmicos. As conclusões vindas deste estudo sugerem melhorias na estruturação da UPGRADE e melhor aproveitamento dos seus membros em projetos que aproximem esta Empresa Júnior da comunidade externa da UNIPAMPA.

Palavras-Chave: Empresa Júnior, Universidade, Empreendedor, MEJ.

¹ Acadêmica do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, Santana do Livramento - RS

² Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, Santana do Livramento - RS.

³ Acadêmica do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, Santana do Livramento - RS.

⁴ Professor do Curso de Administração da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA.

1 Introdução

Desde a Revolução Industrial, que mudou completamente a forma com que as organizações produzem bens e serviços e a velocidade que os coloca à disposição da sociedade, ocorre grande demanda por profissionais qualificados. A partir do momento em que os proprietários das grandes organizações da época perceberam o real sentido da palavra “administrar”, esta necessidade passou a ser crescente. Gerir uma organização complexa, norteando o trabalho de centenas de subordinados não era uma tarefa simples e as Instituições de Ensino tiveram que preparar seus alunos para esta nova realidade.

Como afirma Maximiano (2012) desde o início do século passado, até os anos 50 do mesmo século, o papel de gestor de maior nível hierárquico da maioria das organizações foi cumprido por um engenheiro. Porém, com o avanço da sociedade em termos sociais e políticos, viu-se a necessidade de formar um profissional capacitado para lidar com os novos problemas que surgiam na esfera das empresas de todos os portes. Administrar passou a ser uma ciência e a estes novos profissionais caberia a tarefa de impulsionar o desenvolvimento econômico do século XX.

No mundo corporativo atual, com as grandes exigências do mercado e a acirrada competição entre organizações de diversos setores, esta demanda por profissionais se mantém em níveis crescentes, com grande ênfase dada pelas empresas contratantes à qualificação dos candidatos. Em momentos de incertezas e instabilidades das economias globais, as grandes empresas buscam fazer “mais com menos”, exigindo profissionais diferenciados em seus quadros de funcionários. Além do conhecimento teórico adquirido durante a graduação dos acadêmicos dentro da sala de aula nas universidades, é necessário que os futuros funcionários detenham conhecimento advindo das práticas administrativas para ganhar relevância no mercado de trabalho.

Neste sentido, têm-se identificado a necessidade de apoio vindo das Universidades em projetos que fortaleçam o desenvolvimento humano e empresarial dos acadêmicos, visando à formação de profissionais com diferencial empreendedor, comprometidos com a transformação do país.

Visto muitas vezes como epicentro da economia, o profissional com destacado nível de empreendedorismo e composto de ideias inovadoras é atualmente buscado no mercado de trabalho. Com isso estudar a necessidade de projetos de desenvolvimento empresarial e pessoal vinculados a Universidade, onde jovens se preparam através de sua graduação para entrada no mercado de trabalho e desta forma contribuem no crescimento econômico, desenvolvimento sustentável, liderança e inovação tecnológica do país. Diante disso, este estudo busca responder a seguinte pergunta de pesquisa: **Como se configura o projeto Empresa Júnior oferecido pela Universidade Federal do Pampa Campus Santana do Livramento, utilizado no desenvolvimento humano e empresarial de seus acadêmicos?**

Para ajudar a responder a esta pergunta o presente estudo teve como objetivo geral: **Configurar o Movimento Empresa Júnior – MEJ oferecido pela Universidade Federal do Pampa como uma ferramenta vantajosa no processo de formação profissional.**

Como objetivos específicos estabeleceu-se:

- a) Caracterizar o papel da UNIPAMPA Campus Santana do Livramento como disseminadora da cultura empresarial através da UPGRADE Consultoria Jr.
- b) Apontar os benefícios e as contribuições do projeto Empresa Júnior oferecido pela UNIPAMPA Campus Santana do Livramento utilizado no desenvolvimento humano e empresarial de seus acadêmicos.

O mercado de trabalho brasileiro sofre com a falta de capacitação, tanto em vagas técnicas quanto as de nível superior. Essa carência vem sendo suprida em muitos casos com profissionais estrangeiros ou brasileiros formados fora do país, altamente valorizados no mercado. Ocorre que são poucos os profissionais que têm oportunidade de fazer sua graduação ou especialização no exterior. Com isso, gera-se uma lacuna no processo de crescimento econômico: por um lado, as organizações demandam qualificação em seus candidatos e, por outro, as Universidades brasileiras muitas vezes não conseguem oferecer um profissional com o nível de preparo que o mercado exige.

Por tal razão, desenvolver o presente estudo na Universidade, que é um espaço de transformação dos estudantes, onde devem desenvolver seus potenciais pessoais e exercitar suas capacidades profissionais através da cultura empresarial e, de tal maneira, transformar a economia de sua região e do país. Assim, se busca verificar os estímulos dados aos acadêmicos através da Empresa Júnior para que desenvolvam tal cultura através dos mecanismos de fomento dentro da Academia. Da mesma forma, verifica-se a necessidade das instituições de ensino superior oferecer mais do que os conteúdos da grade curricular, instigando os alunos ao processo de aperfeiçoamento e transferindo o conhecimento, da academia ao meio privado.

Desta forma, espera-se que esta pesquisa sirva como uma ferramenta de controle, possibilitando à Universidade Federal do Pampa – Campus Santana do Livramento analisar a percepção que seus alunos têm sobre o seu projeto de desenvolvimento humano e empresarial. Além disso, a pesquisa pode contribuir na ampliação dos estudos sobre mecanismos de fomento da cultura empreendedora e de desenvolvimento humano e empresarial nas universidades.

Visto isso, apresenta-se a fundamentação teórica onde estão abordados os conceitos que facilitam o entendimento do tema estudado.

2 Referencial Teórico

Nesta etapa do artigo, é apresentado um referencial teórico com considerações sobre conceitos de empreendedorismo e empreendedor e o Movimento Empresa Júnior, bem como um histórico do movimento no Brasil e seus principais objetivos dentro das universidades.

2.1 Caracterização de empreendedorismo e empreendedor

Para abordar-se os incentivos que as universidades oferecem ao seu corpo discente é necessário entender a atratividade que os projetos necessitam ter, com as inovações mundiais e desenvolvimento tecnológicos da sociedade pode ser vista a necessidade de acadêmicos mais preparados e prontos para o mercado de trabalho. O empreendedorismo tornou-se um assunto atual e um fator chave que vem sendo um requisito para profissionais altamente qualificados.

O termo empreendedorismo é uma tradução da palavra de origem francesa *entrepreneurship* que significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Em 1803, Jean Baptiste Say ampliou essa definição, Say conceituou o empreendedor como “aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”.

Chiavenato (2006) definiu empreendedor como:

Não somente um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios. Ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam.

O papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade. Para Dornela (2005, p. 32) ser empreendedor é:

Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonados pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.

Com o surgimento de novas tecnologias, inovações e a rapidez na qual se movimenta a sociedade são de suma importância o surgimento de novos empreendedores, pois esses eliminam barreiras comerciais e culturais, criando novas riquezas para a sociedade.

Segundo Joseph Schumpeter (1949 apud Dornela, 2005), o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização. Kirzner (1973) tem abordagem diferente, para esse autor, o empreendedor é aquele que cria equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência.

O papel do empreendedor é fundamental na sociedade, visto que, características como: perseverança, coragem de correr riscos, entre outros, torna-o mais dinâmico e mais atrativo ao mercado de trabalho, trazendo inovação, sendo um instrumento de desenvolvimento das organizações e mudanças da economia.

Depois de abordar-se a caracterização de empreendedorismo, a seguir passa-se a abordar sobre o histórico do Movimento de Empresa Júnior no mundo e no Brasil.

2.2 Breve Histórico do Movimento Empresa Júnior no Mundo e no Brasil

O Movimento Empresa Júnior foi idealizado a partir da ideia do estudante Bernard Caioso de uma estrutura dentro da academia, administrada por estudantes na qual fosse possível colocar à disposição de outras empresas a elaboração de estudos com agilidades e preços ponderados.

Na visão de Britto (2008), com o objetivo de contribuir com a prática profissional dos estudantes, em 1967, na ESSEC (L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales de Paris), surgiu a primeira empresa júnior. Em 1986, com a existência de mais de 100 empresas francesas acabou-se difundindo o conceito do movimento pela Europa; No ano de 1992 foi criada a Confederação Europeia de Empresas Juniores (JADE) que é uma organização guarda-chuva das demais organizações juniores internacionais sem fins lucrativos geridas exclusivamente por estudantes.

Segundo Britto (2008) a ideia de empresa júnior foi trazida ao Brasil em 1987 pela Câmara de Comércio França-Brasil, que publicou anúncios na mídia, convocando jovens interessados em implementar os conceitos da faculdade no país. A primeira empresa júnior do Brasil foi fundada em 1988 por alunos da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas. No mesmo ano foram criadas as respectivas empresas juniores da FAAP - Fundação Álvaro Armando Penteado e da Escola Politécnica da USP.

Passados 20 anos do período de ditadura militar no país, a chegada do Movimento de Empresa Júnior marca, em relação à educação de ensino superior, a nova política de democratização da sociedade na época, uma vez que a empresa júnior cria um vínculo entre o saber e conhecimento acadêmico com a comunidade em geral. Após sete anos do surgimento da primeira empresa júnior no país, ao perceber os inúmeros benefícios de uma empresa

júnior aos acadêmicos, cerca de 100 novas empresas juniores já haviam sido criadas. O número de empresas juniores continuou crescendo no Brasil, de acordo com relatório da Rede Brasil Júnior o país conta com cerca de 365 empresas e 7.785 empresários juniores (BRASIL JÚNIOR, 2012).

Criada em 2003, com a finalidade de propor e repassar diretrizes a serem adotadas pelas federações e empresas juniores nacionais, a Brasil Júnior é a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, um órgão nacional do Movimento Empresa Júnior que trabalha para fomentar e dar suporte as empresas juniores em todo Brasil. Essa Confederação tem por objetivo tornar o Movimento de Empresa Júnior um movimento reconhecido perante a sociedade na contribuição do desenvolvimento do país através da formação de jovens empreendedores que serviram como agentes de mudança.

No ano de 2012 foi realizada pela Brasil Júnior a 5ª edição do Censo e Identidade onde se pode verificar a atual distribuição geográfica das empresas juniores no Brasil, verificou-se que, se concentram nas regiões sul e sudeste do Brasil um maior número de empresas juniores com 62,75% do total de empresas brasileiras concentradas nessas regiões. A pesquisa realizada pela Confederação Brasileira de Empresas Juniores ainda verificou que no estado de Minas Gerais há um maior percentual de empresas juniores com 21,92% do total brasileiro.

A Empresa Júnior é uma organização social civil sem fins lucrativos, gerida e formada exclusivamente por alunos de graduação e pós-graduação de ensino superior, que presta serviços para empresas, instituições e sociedade, sob a orientação de professores e profissionais com o objetivo de consolidar e reforçar a aprendizagem de seus membros (BRASIL JÚNIOR, 2012).

Para Matos (1997), os estudantes prestam serviços e desenvolvem projetos para empresas, entidades e para a sociedade em geral nas suas áreas de atuação, com o auxílio e supervisão de professores. Se endente por isso que tendo como ferramenta o desenvolvimento de projetos e serviços na área de atuação dos cursos de graduação aos quais a empresa júnior é vinculada, o principal objetivo das empresas juniores é o desenvolvimento humano e empresarial de seus membros por intermédio da vivência empresarial. Tem-se então que o aluno que faz parte de uma empresa júnior ao realizar projetos de consultoria empresarial tem a oportunidade de aperfeiçoar as aprendizagens de sala de aula, capacitar-se para realizações internas e externas da empresa, assim alcançando seu crescimento pessoal e profissional. A empresa júnior acaba por desenvolver as competências empreendedoras dos universitários, utilizando a vivência empresarial que o aluno passa no decorrer do período em que é membro da empresa.

De acordo com a Confederação Brasileira de Empresa Juniores, quanto mais empresários passarem por estas experiências, mais e melhores empreendedores o MEJ formará, e se aproximará mais do ideal de transformar o Brasil. Ainda segundo a Brasil Júnior essa vivência empresarial desenvolve competências como a capacidade de assumir riscos calculados, o inconformismo, visão para oportunidade, pensamento inovador, entre outras. O conceito de empreendedor utilizado no Movimento não é o de indivíduo que abre e/ou possui uma empresa, mas sim do indivíduo que, por meio de aprofundada competência em gestão e alto senso de responsabilidade é capaz de gerar resultados impactantes e de abrangência na sociedade.

No decorrer da graduação é importante que os acadêmicos participem de atividades desenvolvidas pela associação, pelo fato destas complementarem o ensino das salas de aula e auxiliarem a inserção do aluno no mercado de trabalho, ampliando assim os seus conhecimentos técnicos e profissional, os quais desenvolvem competências que garantem o seu diferencial, além de promover o desenvolvimento profissional e pessoal de todos os seus membros (SANGALETTI; CARVALHO, 2004).

Para que uma Empresa Júnior possa atuar em uma universidade, é necessário que seja definida em seu estatuto como uma associação civil sem fins lucrativos (MATOS, 2004). Neste estatuto, devem constar as diretorias que compõem a empresa e as competências de cada diretoria, tendo como exemplo, o diretor presidente, administrativo financeiro, marketing, projetos, recursos humanos, entre outros. As empresas juniores possuem autonomia em relação às instituições de ensino a qual estão vinculadas, cada empresa possui seu próprio estatuto social e constituem uma pessoa jurídica independente, assim cabendo a sua responsabilidade legal aos alunos que compõem as diretorias e a presidência da empresa. Outra característica da empresa júnior é que a mesma se enquadra no terceiro setor da economia, devido aos seus reduzidos custos operacionais e tributários e por se enquadrar no setor privado, porém sem fins lucrativos. Quanto ao aspecto financeiro, segundo Brasil Júnior, no ano de 2012 o PIB Júnior Nacional foi de R\$8.652.407, 92 obtendo como média de faturamento R\$23.705,23.

Ainda segundo o Censo e Identidade Brasil Júnior, quanto à ideia de criação das empresas juniores nas universidades viu-se como resultado que os alunos vêm sendo os grandes fomentadores do projeto nas academias e por isso estão diretamente envolvidos na criação das mesmas. Porém, ainda há um número significativo dessa iniciativa de implantação do projeto em parceria entre alunos e professores, esses resultados podem demonstrar que vem sendo a cada dia mais significativa a importância das empresas juniores nas universidades.

Os principais objetivos deste tipo de organização são os de proporcionar aos seus membros condições necessárias para a aplicação da prática de seus conhecimentos teóricos, conduzindo-os à implantação de soluções para problemas estudados, inserir seus membros no mercado de trabalho e via prestação de serviços dar contribuição à sociedade, conforme Lafeuille (1997).

O autor acima aponta que a Empresa Júnior é um espaço de aprendizagem, criatividade e responsabilidade. Ao suprir as demandas da comunidade, exerce o voluntarismo dos acadêmicos por meio de projetos universitários. O autor enumera as seguintes vantagens e benefícios para a sociedade:

- a) acesso a projetos desenvolvidos pelos discentes a um custo menor, que as micro e pequenas empresas e cooperativas poderão utilizá-los;
- b) o acadêmico poderá ser contratado pelas empresas as quais prestam consultoria, se o projeto for bem desenvolvido, assim as contratações serão mais seguras tanto para os empresários quanto para os graduandos; e
- c) contribui para a formação prática dos estudantes, permitindo que o nível de competência dos acadêmicos seja elevado, assim proporciona uma maior procura pelo sistema educacional e um aumento gradativo na economia regional.

Neste sentido, observa-se ainda que a empresa júnior vinculada a uma instituição universidade assume um papel extensionista elevado, visto que por de projetos e ações desenvolvidas é capaz de fazer com haja uma relação mais intensa entre universidade e sociedade.

Visto o breve histórico sobre do Movimento Empresa Júnior, passa-se a seguir a apresentar as características metodológicas que orientaram este estudo.

3 Metodologia

Nesta etapa apresenta-se o procedimento metodológico que orientou o estudo, abordando o tipo de pesquisa, a população e amostra e a forma pela qual os dados foram coletados e como estes foram analisados.

Esta pesquisa foi baseada em um estudo de caso realizado na Universidade Federal do Pampa. Optou-se por este método por ser a técnica que melhor possibilita entender o universo de pesquisa. A técnica de estudo de caso, segundo Marconi e Lakatos (2009), vai ao encontro dos estudos exploratório-descritivos que possuem por finalidade a descrição de determinado fenômeno.

A pesquisa caracterizou-se como exploratório-descritiva, pois a pesquisa exploratória proporciona maior familiaridade com o problema visando torná-lo mais explícito, possibilitando o aprimoramento de ideias, conforme afirma Gil (2002). Este estudo possui cunho qualitativo, apresentando percepções sobre a natureza de determinada questão. A população para este trabalho foi composta pelos alunos e ex-alunos da UNIPAMPA que possui empresa júnior vinculada à instituição. A amostra da pesquisa foi uma amostra intencional sendo composta por alunos que participam ou participaram do movimento de empresas juniores, que contribuíram de forma eficaz, trazendo mais informações para a pesquisa.

Este estudo utilizou dados primários e dados secundários. Os dados secundários foram obtidos por meio de pesquisa documental e pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica, segundo Gil (2002), é desenvolvida com materiais já elaborados, constituído de livros, de artigos, de dissertações, de teses e de documentos encontrados na organização estudada.

A coleta dos dados primários foi realizada por meio de entrevistas conduzidas por meio de perguntas abertas, a fim de se obter a melhor representação da realidade, garantindo a percepção real do fenômeno e maior profundidade dos resultados, considerando as particularidades dos entrevistados.

Para análise dos dados, por se tratar de uma pesquisa de cunho qualitativo, foi realizada com base na análise de conteúdos, obtidos a partir de entrevistas. Para Gil (2002), a análise de conteúdo é a técnica que possibilita a descrição do conteúdo manifesto e latente das comunicações. Após a análise, houve a interpretação dos dados, que segundo o mesmo autor, consiste em estabelecer ligação entre os resultados obtidos com outros já conhecidos, provenientes de estudos realizados anteriormente.

O estudo realizado apresentou limitações importantes quanto à caracterização da empresa onde o fenômeno Empresa Júnior fora pesquisado. Isso se deve a falta de documentos oficiais que possibilitassem a melhor compreensão da organização. Outra limitação importe se refere a falta de publicações acerca do tema de estudo.

Uma vez abortados os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa, a seguir apresenta-se a empresa estudada.

4 Universidade Federal do Pampa e Upgrade Consultoria Jr.

Nesta etapa encontra-se a apresentação de caso do estudo, abordando um histórico sobre a Universidade Federal do Pampa e a UPGRADE Consultoria Jr. utilizada como objeto do presente estudo.

4.1 Universidade Federal do Pampa

A Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA faz parte do programa de expansão das universidades federais no país. A universidade foi criada pelo governo federal com o objetivo de minimizar o processo de estagnação econômica onde está inserida, tendo como princípio que a educação viabiliza o desenvolvimento regional sendo um agente de incorporação da região ao mapa do desenvolvimento do Rio Grande do Sul.

A Universidade Federal do Pampa foi fundada em 2008, com sede e foro na cidade de Bagé. Segundo a Lei nº11.649, de 11 de Janeiro de 2008, Lei de criação da Universidade assinada pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a UNIPAMPA tem por objetivo ministrar ensino superior, desenvolver pesquisa nas diversas áreas do conhecimento e promover a extensão universitária, caracterizando sua inserção regional, mediante atuação multicampi na mesorregião Metade Sul do Rio Grande do Sul.

No ano de 2011, com nota 4 no índice geral de cursos, divulgado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas, a Universidade Federal do Pampa está entre as Instituições de Ensino Superior com as melhores notas do país.

A instituição federal de educação superior, UNIPAMPA, possui seus campi localizados nas cidades de Alegrete, Bagé, Caçapava do Sul, Dom Pedrito, Itaqui, Jaguarão, Santana do Livramento, São Borja, São Gabriel e Uruguaiana. Composta por 54 cursos de graduação, a UNIPAMPA divide-se em diversos centros de ciências. Na cidade de Santana do Livramento, se encontra o centro de ciências humanas, onde são ministrados os cursos de Bacharelado em Administração, Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública, Bacharelado em Relações Internacionais e Bacharelado em Economia e no ano de 2014 iniciou no campus a Especialização em Desenvolvimento de Regiões de Fronteira.

O campus UNIPAMPA Santana do Livramento está sediado em prédio próprio situado a Rua Barão do Triunfo, nº 1048, o prédio constitui-se com salas de aulas, auditório, laboratórios, biblioteca e salas dos setores administrativos. As atividades acadêmicas tiveram início no ano de 2006, com 100 alunos e 7 docentes. Além das atividades de ensino, a Universidade Federal do Pampa vem desenvolvendo atividades de ensino, atividades de pesquisa e de extensão, visando servir como suporte das atividades de ensino.

4.2 UPGRADE Consultoria Jr.

A UPGRADE Consultoria Jr. foi a primeira empresa júnior criada na Universidade Federal do Pampa, foi fundada em setembro de 2010 e é formada por acadêmicos da UNIPAMPA Campus Santana do Livramento e suportada pelos professores da mesma universidade.

Segundo o Estatuto Social da UPGRADE Consultoria Jr., a mesma enquadra-se como uma associação civil, sem fins lucrativos, fundada no dia dezessete de Setembro de dois mil e dez, ligada ao Curso de Administração da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), com prazo de duração indeterminado e sede na Rua Barão do Triunfo, nº 1048, em Santana do Livramento, regida pelo seu Estatuto Social.

De acordo com um dos fundadores da UPGRADE Consultoria Jr., a ideia de criação da empresa surgiu da necessidade de aplicar os conhecimentos aprendidos em salas de aula em prática através de projetos de consultoria, assim após diversas conversas, reuniões e pesquisa sobre o assunto, os alunos juntamente com alguns professores do campus levaram até a reitoria, localizada no município de Bagé, a proposta de criação da associação. Nascia assim a primeira Empresa Júnior da Universidade Federal do Pampa, que de acordo com seu estatuto social tem por objetivos:

- a) Proporcionar aos seus associados às condições necessárias para a aplicação de seus conhecimentos teóricos relativos à área de administração;
- b) Colocar seus associados no mercado de trabalho em caráter de treinamento nas suas futuras profissões, sempre com respaldo técnico-profissional competente;
- c) Realizar estudos e elaborar diagnósticos e relatórios sobre assuntos inseridos na área de administração;

- d) Realizar projetos de consultoria em administração nas áreas de marketing, finanças, recursos humanos, organização, sistemas e métodos e estratégia;
- e) Assessorar a implantação de soluções indicadas para os problemas diagnosticados;
- f) Intensificar o intercâmbio empresa-universidade, facilitando a absorção dos futuros profissionais no mercado de trabalho;
- g) Desenvolver o espírito empreendedor de seus associados;
- h) Dar contribuição à sociedade através da prestação de serviços nas suas áreas de atuação.

No desenvolvimento do projeto, primeiramente o grupo de estudantes e professores buscaram informações em empresas já bem sucedidas existentes nas demais Universidades do sul do país, assim o grupo procurou através de viagens em outras empresas juniores, workshops e grupos de discussão aumentar a formação pessoal e profissional dos integrantes além do amadurecimento do projeto.

Foi desenvolvido, para permitir o atendimento de todas as demandas de uma empresa, as Diretorias que juntas formam a Diretoria Executiva da empresa, cada diretoria possui sua própria função, a citar: Diretor Presidente – é o responsável por toda parte jurídico-legal da empresa; Diretor Administrativo Financeiro – responde pelas rotinas administrativas da empresa júnior; Diretor de projetos – Avalia e planeja diretamente todos os projetos; Diretor de Recursos Humanos – Responsável pela gestão de pessoas, processos seletivos e alocação de pessoal para projetos e Diretor de Marketing – essa diretoria cuida do relacionamento com os clientes externos, acadêmicos de graduação e comunidade em geral, os membros formadores dessa diretoria tem a função de fortalecer a marca da UPGRADE Consultoria Jr. e da UNIPAMPA.

Citado no Capítulo II art. 3º de seu Estatuto Social, são considerados associados os estudantes regularmente matriculados na Universidade Federal do Pampa admitidos por processo de seleção elaborado pela Diretoria Executiva e apreciado pelo Conselho Consultivo. Ao ingressar na associação, o associado passará pelo período de adaptação na empresa como membro Trainee, após o período de adaptação o membro iniciará suas atividades ocupando o cargo de Consultor de Projetos. O associado que posteriormente desejar uma promoção para cargos superiores na escala hierárquica da empresa, deverá candidatar-se na eleição para a composição da Diretoria Executiva e receber o maior número de votos válidos. O exercício social da Diretoria Executiva tem duração de um ano após a realização da cerimônia e assinatura da ata de posse.

A primeira Diretoria Executiva da UPGRADE Consultoria Jr. foi formada pelos seguintes acadêmicos da UNIPAMPA Campus Santana do Livramento no ano de 2010: Fábio de Simoni Ribeiro (Presidente), Rodrigo Gisler Maciel (Diretor de Operações), Tiago Jorge Borges (Diretor Adm-Financeiro), Liliane Bornéo (Diretora de RH) e João Krainski (Diretor de Marketing).

A UPGRADE Consultoria Jr. está vinculada ao Campus Santana do Livramento, assim permitindo que alunos de todos os cursos oferecidos no Campus possam participar da empresa, o foco desta organização é a consultoria organizacional nas áreas de administração, porém a variedade de formações enriquece as opções de projetos a disposição dos clientes.

5 Análise dos Dados

Neste tópico são apresentados e discutidos os dados obtidos por meio de entrevistas que foram analisados sobre os conceitos dos autores utilizados na fundamentação teórica e visam responder a pergunta de pesquisa desse estudo. Os entrevistados foram alunos que participam ou participaram do movimento de empresas juniores através da UPGRADE Consultoria Jr., empresa júnior da UNIPAMPA.

5.1 A universidade como disseminadora da cultura empresarial entre seus acadêmicos.

De acordo com as declarações realizadas pelos entrevistados, verificou-se que as atividades complementares de graduação voltadas às práticas profissionais dos estudos realizados em sala de aula são de suma importância para uma formação completa dos acadêmicos. Isso se deve pela necessidade que o mercado de trabalho impõe na busca de profissionais que obtenham os melhores resultados e inovem em seu ambiente organizacional. Desta maneira fica evidenciado por Drucker (2003), que a inovação é o instrumento específico e essencial do empreendedor tão solicitado pelo mercado de trabalho.

Questionados sobre as influências que essas atividades trazem para sua vida em âmbito pessoal e profissional, os entrevistados salientam que a saída da monotonia de ensino da sala de aula propicia inúmeras vantagens no processo de ensino-aprendizado. O entrevistado 1 salienta que é nítida a diferença entre o acadêmico que participa e se envolve em projetos distintos e aqueles que se atém apenas a rotina da sala de aula. Quando questionados sobre o ponto de vista pessoal, a troca de experiência através desses projetos é o ponto mais ressaltado pelos entrevistados. De acordo com o Entrevistado 2, a importância de projetos oferecidos pela UNIPAMPA é imensurável, pois o suporte da instituição através do corpo docente dará forma ao perfil empreendedor do acadêmico.

As informações supracitadas atestam o que é salientado pela BRASIL JUNIOR (2012) em que a orientação de professores consolida e reforça a aprendizagem e desenvolvem profissionalmente os alunos membros dos projetos oferecidos pelas universidades.

Acredita-se que a Instituição de Ensino deve estimular seus alunos a participar experiências extracurriculares, tais como, movimento estudantil, estágios, iniciação científica, bolsas, etc., isso contribuirá para a formação de profissionais completos e que cumprirão com as necessidades e demandas vindas do mercado de trabalho.

Após compreensão sobre o papel da universidade como disseminadora da cultura empresarial, destacados como de suma importância pelos entrevistados, passa-se a abordar a percepção dos mesmos sobre o Movimento de Empresa Juniores.

5.2 Benefícios e contribuições do projeto Empresa Júnior

Quando questionados sobre a oportunidade de colocar em prática os conhecimentos teóricos aprendidos em sala de aula através da Empresa Júnior, a totalidade dos entrevistados acredita que os projetos oferecidos e realizados junto à empresa podem ser considerados oficinas de aprendizado na prática.

Um dos entrevistados aborda que o momento no qual estão desenvolvendo projetos na empresa é o momento em que há possibilidade de cometer erros, e isso é o que torna ainda mais atrativo o projeto, pois a universidade é um espaço de aprendizagem e estudo onde os erros acarretaram em possíveis acertos futuramente.

As informações acima são ressaltadas por Sangaletti; Carvalho (2004) em que a participação dos alunos nas atividades desenvolvidas pela associação complementam o ensino de sala de aula e ajudam na colocação do aluno no mercado de trabalho, ampliando conhecimentos técnicos e profissionais.

Ainda em relação à oportunidade de colocar em prática seus conhecimentos através do projeto Empresa Júnior, os entrevistados destacam que em suas participações como membros

da empresa, adquiriram experiência em administração e gerenciamento de uma organização, pois tanto nas atividades como *trainees*, consultores e diretores, os mesmos foram expostos a projetos nos quais puderam ter a noção geral dos processos gerenciais de uma empresa.

Um dos entrevistados afirma que muitas vezes, junto aos demais membros envolvidos na organização, pode perceber o surgimento de novas ideias vindas da ânsia por querer transformar a realidade. Fica evidenciado assim, pela Confederação Brasileira de Empresas Juniores (2012) que o movimento estimula o espírito empreendedor que cada um de seus empresários possui, desta forma alcançando um dos principais objetivos do movimento.

Em relação a UPGRADE Consultoria Jr., os entrevistados relatam estarem satisfeitos com as contribuições que a organização lhes tem oferecido, porém salientam a necessidade de buscar por uma melhor estruturação organizacional visando o melhor aproveitamento de seus membros e um maior apoio vindo da Instituição de Ensino, para o crescimento e desenvolvimento profissional de seus acadêmicos.

Em contrapartida para sociedade, a organização vem procurando através de seus projetos realizar assistência social para diversas instituições santanenses, espera-se com isso despertar a consciência de Responsabilidade Social dos membros da empresa e dar suporte a comunidade através de campanhas solidárias.

Terminada a análises dos dados coletados no decorrer desta pesquisa, passa-se para as considerações finais do presente estudo.

6 Considerações Finais

Neste artigo buscou-se configurar o Movimento Empresa Júnior – MEJ oferecido pela Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA campus Santana do Livramento, como uma ferramenta vantajosa no processo de formação. A partir da análise dos dados coletados foi possível averiguar que o projeto vem sendo um diferencial no desenvolvimento dos acadêmicos que fazem parte da organização.

Os projetos oferecidos pela universidade são as bases necessárias para a consolidação de acadêmicos e futuros profissionais empreendedores. Neste estudo pode-se verificar que durante o processo de graduação os alunos utilizam tais projetos como ferramenta de crescimento pessoal e profissional. Por outro lado a academia emprega os resultados oferecidos pelos acadêmicos como um conjunto de medidas para a melhoria da sociedade. Ao se aliar ao objetivo do Movimento, a universidade contribuirá na elaboração da cultura empresarial de seus alunos. Tem-se a partir do estudo realizado que além do projeto Empresa Júnior, a UNIPAMPA oferece através de suas oficinas, minicursos e experiências extracurriculares um ambiente propício a inovações que poderão ser transferidas para a sociedade de forma geral.

O Movimento Empresa Júnior é representado na UNIPAMPA através da UPGRADE Consultoria Jr., criada a partir da ideia de jovens alunos do campus de Santana do Livramento que sentiram a necessidade de colocar em prática as teorias aprendidas em sala de aula, e a partir das análises feitas verifica-se que o objetivo de desenvolver o espírito empreendedor dos alunos membros da organização vem sendo alcançado. Todavia pode-se compreender que ainda existem algumas dificuldades e falhas no que diz respeito à estrutura organizacional e a forma em que a empresa é gerida.

Tomando por base as declarações dos entrevistados e atendendo ao objetivo geral deste estudo, foi possível identificar que em relação à oportunidade de colocar em prática seus conhecimentos através do projeto Empresa Júnior, os acadêmicos vêm atingindo de forma positiva suas expectativas.

Ao final do estudo foi possível identificar que os projetos oferecidos pela universidade para serem desenvolvidos pela UPGRADE serviram como agentes de transformação para os

alunos, propiciando conhecimento e visão voltada para a responsabilidade social. Por meio de atividades complementares de graduação ficou muito evidente que a UNIPAMPA, fortalece o desenvolvimento humano e empresarial de seus acadêmicos e que os projetos desenvolvidos pela UPGRADE vêm cumprindo seus objetivos e sendo um diferencial na ampla formação dos acadêmicos. As conclusões vindas deste estudo sugerem melhorias na estruturação da UPGRADE e melhor aproveitamento dos seus membros em projetos que aproximem esta Empresa Júnior da comunidade externa da UNIPAMPA.

Sugerem-se novos estudos acerca do tema, para que outras percepções possam viabilizar uma visão mais abrangente sobre o Movimento de Empresa Juniores acarretando na melhoria de gestão e identidade das empresas brasileiras do movimento.

7 Referências Bibliográficas

CBEJ. Confederação Brasileira de Empresas Juniores. **Brasil Júnior: Censo e Identidade - Identificando a realidade do Movimento Empresa Júnior**. Brasília: UNB, 2012.

BRASIL JUNIOR. Movimento de Empresas Juniores. Disponível em www.brasiljunior.org.br – Acessado em 28/12/2014.

BRITO, M. Celeiros de Talentos. **Empreendedor**, pp.18-25, fevereiro de 2008, ano 14, n.º 160.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

DA SILVA, R. C. F.; PINTO, Sandra Regina da Rocha. **Organização de aprendizagem em uma empresa júnior**. Publicado em: Administração: Ensino e Pesquisa, v. 12, n. 1, (Janeiro/Fevereiro/Março 2011) – Rio de Janeiro: ANGRAD, 2011 – trimestral.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.

DORNELAS, J. C.. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e princípios**. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

EMPRESA JÚNIOR MACKENZIE CONSULTORIA. Disponível em: www.jrmack.com.br. Acesso em: 28/12/2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HASHIMOTO, M. **Espírito Empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

LAFEUILLE, P.. **O Movimento Empresa Júnior**. In: MATOS, Franco de. A Empresa Júnior no Brasil e no Mundo: o conceito, o funcionamento, a história e as tendências do movimento Empresa Junior. São Paulo: Martin Claret, 1997, p. 13-15.

BRASIL. **Lei nº 11.640 de 11 de janeiro de 2008**. Brasília: Presidência da República, 2008.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6ª ed. São Paulo, 2009.

MATOS, F. de. **A empresa júnior no Brasil e no mundo**. São Paulo: Ed. Martin Claret, 1997.

MAXIMIANO, A. C. A.. **Teoria Geral da Administração** - 2ª Ed. Saraiva 2012 - Edição Compacta

RIBEIRO, F. de S.. **Estatuto Social da UPGRADE Consultoria Jr.** [mensagem pessoal]
Mensagem Recebida por: <mikaelapfloriano@gmail.com> em: 27 dez. 2014

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2008.

SANGALETTI, C.; CARVALHO, G. Introdução ao Movimento Empresa Junior. In: NETO, Luiz Moretto. et. al. **Empresa Junior: espaço de aprendizagem**. Florianópolis, 2004.